Amsterdam University Press

JAARBOEK NEDERLANDSE BOEKGESCHIEDENIS 29 (2022) 217-234
HTTPS://DOI.ORG/10.5117/JNB2022.008.GRAA

Henriët Graafland

Als het met het onderwijs goed gaat, gaat het met ons ook goed

Twee interviews over de Nederlandse educatieve uitgeefwereld

Abstract

This contribution consists of two interviews with experts from the Dutch educational publishing field. The first interviewee, Rivka Mooren, works as project editor Higher Education at Pearson Benelux. She explains how handbooks and digital learning platforms develop from the conceptual stage to publication. In light of international developments in higher education publishing, Mooren expects that the market will become fully digital, although in Europe more slowly than in the United States. Secondly, Regine Reincke considers the larger trends and developments in Dutch educational publishing. She works as Head of Product for ParnasSys, an administrative system for students that is widely used in Dutch primary schools. She arrived at this position after a career in educational publishing. This allows her to reflect on the role of technology in the classroom, and how it may enhance, but not replace, traditional classes and books.

Keywords: publishing, education, educational publishing, higher education, the Netherlands, primary, secondary and tertiary schools, digitization, online learning platforms, learning methods development, classroom technology, Teachers versus Tech

Als redactie misten we na deze mooie bijdragen het perspectief van de Nederlandse educatieve uitgeverijen die in de huidige markt opereren. Daarom besloten we dit interviewartikel in te voegen. Hierin komen Rivka Mooren en Regine Reincke aan het woord. Rivka werkt als projectredacteur hoger onderwijs bij Pearson Benelux. Pearson is een internationale educatieve uitgeverij die sterk inzet op het gebruik van technologie in het mbo en het hoger onderwijs. Ze ontwikkelen lesmethodes op papier en digitaal om het leerproces van studenten zo goed mogelijk te ondersteunen.[1] Oorspronkelijk is Pearson een Brits bedrijf. Pearson Benelux richt zich op de Nederlandstalige producten.

1 Pearson, *Missie*, geraadpleegd 13 april 2022, https://www.pearson.com/nl/nl_NL/over-ons/missie.html.

Regine werkt als hoofd van het product ParnasSys, een leerlingvolgsysteem, en denkt als bedrijfsstrateeg bij Topicus na over de toekomst van de inzet van technologie in het basisonderwijs en op middelbare scholen.[2] Daarvoor werkte ze ruim acht jaar bij Noordhoff, één van de grootste educatieve uitgeverijen in Nederland. Het lesmateriaal van Noordhoff wordt op talloze scholen in Nederland gebruikt.[3]

Ik ontmoet Rivka online. Achter haar krijg ik meteen een inkijkje in haar woonkamer. Door de Covid-19 pandemie weten we wel van meer collega's hoe hun huis er van binnen uitziet, zeggen we tegen elkaar. Het is in het begin wat onwennig om online een interview af te nemen, maar zodra Rivka over haar werk begint te praten, merk ik meteen dat ze veel van haar vak afweet.



Rivka Mooren – projectredacteur hoger onderwijs bij Pearson Benelux

Je bent afgestudeerd in Leiden als Master of Arts in Book and Digital Media Studies. Wat ben je daarna gaan doen?

Naast mijn afstudeerscriptie ben ik begonnen als stagiair bij De Arbeiderspers | A.W. Bruna Uitgevers, die toen nog waren gefuseerd. Daar kon ik een plek op de rechtenafdeling krijgen, waar ik veel geleerd heb over licenties en het gebruik van afbeeldingen en teksten die al eerder gepubliceerd zijn. Helaas kon ik daar na mijn stage niet blijven, ook al had ik dat wel graag gewild. Maar het was enkele jaren na de financiële crisis van 2008, en uitgeverijen waren daar stevig door geraakt. In 2014 zijn De Arbeiderspers en A.W. Bruna trouwens weer uit elkaar gegaan.

Door mijn ervaring bij de uitgeverij kon ik gelukkig een baan krijgen bij Boom uitgevers Den Haag. Daar

2 Topicus, *Het verhaal van Topicus*, geraadpleegd 13 april 2022, https://topicus.nl/ons-verhaal.

3 Noordhoff, *Over ons*, geraadpleegd 13 april 2022, https://www.noordhoff.nl/over-ons.

zit het juridische fonds van Boom én toen ook nog het onderwijsfonds (Boom Lemma). Dat was een relatief klein onderdeel. We werkten bij Boom uitgevers Den Haag met vier uitgeefassistenten, en mijn drie collega's hadden allemaal een juridische opleiding gehad. Daarom was het natuurlijk dat ik meer deed voor het onderwijsfonds. Zo ben ik in het vak gerold van educatieve uitgeverijen. Toen Boom ging reorganiseren, mocht ik als uitgeefassistent mee met het onderwijsfonds naar Amsterdam, omdat ik daar het meeste vanaf wist. De naam veranderde in Boom Hoger Onderwijs. Door mijn taken als uitgeefassistent bij Boom weet ik heel goed hoe het uitgeversvak eruitziet en ik heb daar in totaal drie jaar voor gewerkt. Nu werk ik alweer vijf jaar voor Pearson Benelux.

Je bent nu projectredacteur bij Pearson. Wat doe je als projectredacteur?
Dat is best lastig uit te leggen, want iedere uitgeverij hanteert verschillende functienamen, waaraan wisselende verantwoordelijkheden worden gekoppeld. Bij de uitgevers komen de manuscripten binnen. Zij begeleiden de makers van het manuscript totdat de tekst definitief is en klaar voor productie. De mediaredacteuren voegen vervolgens alle tekstuele elementen in en zetten de tekst in de Pearson-stijl. Als de tekst geredigeerd is en van de juiste vormgeving is voorzien, wordt het boek naar de drukker gestuurd. Als projectredacteur werk ik zowel met de uitgever als met de mediaredacteur samen en heb ik veel dezelfde taken als een mediaredacteur. Bij andere uitgeverijen zijn er vaak fondsredacteuren, die op één fonds werken, maar ik werk per project. Dat betekent dat ik aan projecten binnen alle onderwijsfondsen bij Pearson meewerk, van verpleegkunde tot management en van psychologie tot natuurkunde. Het voordeel van mijn functie is dat ik bij projecten betrokken word als die nog maar in de ontwikkelingsfase zijn. Morgen heb ik bijvoorbeeld een gesprek over de herziening van een van onze boeken, samen met de uitgever en de docenten die daaraan meewerken. Aan de andere kant houd ik me ook bezig met de productie van het boek en kan ik in de ontwikkelingsfase al letten op de structuur en lay-out van het manuscript. Bovendien houd ik de planning voor ieder project goed in de gaten.

Mijn functie is misschien wel kenmerkend voor een educatieve uitgeverij, omdat we in de ontwikkelingsfase van een nieuw leermiddel als uitgeverij al heel sterk betrokken zijn. Bij een literaire uitgeverij is het veel meer de auteur die het idee voor een manuscript bedenkt en daarna samen met de uitgever gaat kijken of dat aantrekkelijk is voor de markt. Bij de educatieve uitgeverij zijn we in die eerste fase al veel actiever dan bij andere uitgeverijen. Het gebeurt zeker dat docenten bij ons aankloppen met een idee voor een nieuwe leermethode, maar de uitgevers hebben ook nieuwe ideeën of plannen voor de herziening

van bestaand lesmateriaal. De uitgevers zoeken namelijk naar strategische en commerciële mogelijkheden in de markt en weten het beste waar er nog gaten in de kennismarkt zijn en hoe die kunnen worden opgevuld.

Wat zijn de grootste verschillen tussen algemene uitgeverijen en educatieve uitgeverijen?

Alle didactische elementen in een educatief boek zijn belangrijk. Zo voegen we heel bewust kadervakken toe aan onze teksten, waarin meer uitleg over een bepaalde theorie of een bepaald onderwerp gegeven wordt. Kernbegrippen in de tekst wordt vet afgedrukt en achterin de boeken voegen we begrippenlijsten toe waarin de definities van de kernbegrippen terug te vinden zijn. Ook bieden leerdoelen aan het begin van ieder hoofdstuk en samenvattingen aan het einde van ieder hoofdstuk een goed overzicht voor studenten om zo de stof te leren en eigen te maken.

Foto's en figuren zijn een essentieel onderdeel van onze lesboeken en voor alle afbeeldingen moeten de rechten geregeld zijn. Een grote lap tekst is niet erg aantrekkelijk voor studenten, maar als de tekst hier en daar onderbroken wordt door een ondersteunende afbeelding, helpt dat al veel om de aandacht te behouden. De structuur en de vormgeving van een lesboek zijn sowieso heel belangrijk. Bij een literair boek beoordelen lezers vaak de titel, de auteur en ook de omslag als de belangrijkste elementen om te kiezen of een boek voor hen relevant is. Wij letten ook wel op de aantrekkingskracht van onze omslagen, maar de vormgeving van het binnenwerk van het boek is net zo belangrijk. Het formaat van een lesboek maakt bijvoorbeeld al uit voor de ruimte in de marge. Met een brede marge kun je daar eventueel al kernbegrippen en hun definities uitlichten. Ook is de index in een lesboek onmisbaar.

De betrokkenheid van docenten als auteurs en bewerkers is het grootste verschil. Natuurlijk moeten onderwijsboeken wat betreft opbouw en inhoud goed aansluiten bij de opleidingen waarvoor ze gemaakt worden; die aansluiting tussen auteur en publiek is hetzelfde in iedere andere uitgeverij. Maar onze boeken worden veelal in heel nauwe samenwerking met de auteurs gemaakt. Onze boeken sluiten bij de markt aan omdat ze door docenten die iedere dag college geven zelf worden gemaakt.

Hoe vinden jullie de docenten met wie jullie samenwerken bij de ontwikkeling van een nieuw product?

In Nederland en Vlaanderen zijn best veel universiteiten en hogescholen, maar onze accountmanagers gaan ze allemaal langs. We maken ook materialen voor het middelbaar beroepsonderwijs, maar dat is alleen voor de opleidingen zorg

en welzijn. Door langs te gaan leer je docenten kennen en kom je erachter waar zij naar op zoek zijn voor hun lessen.

Ook bieden we op onze website recensie-exemplaren van onze lesboeken aan. Als docenten daar hun beoordeling over onze producten achterlaten, weten we meteen hoe ze het boek in hun lessen gebruiken. Aan de docenten die ons zo vinden, vragen we vervolgens of ze aan een heruitgave zouden willen meewerken.

Minimaal één keer per jaar organiseren we een docentenpanel. Samen met de uitgevers gaan de panelleden dan om tafel om na te denken over nieuwe projecten. We zoeken per project docenten en experts uit om mee samen te werken. Omdat we een internationaal bedrijf zijn, publiceren we ook vertalingen. Vaak zijn de voorbeelden die in het oorspronkelijke boek aangehaald worden voor de Nederlandse context niet zo relevant. Dan vragen we docenten om het boek te actualiseren naar de Nederlandse situatie. Voor een vertaling heb je dus niet alleen een vertaler nodig, maar ook een team vakinhoudelijke experts. Voor dat soort projecten benaderen we heel specifiek Nederlandse en Vlaamse docenten.

We vragen docenten ook om mee te lezen tijdens de ontwikkelingsfase van onze lesboeken. Uiteindelijk maken we onze boeken samen met het onderwijs, dus docenten en studenten moeten zich herkennen in het lesmateriaal dat we maken. Als er geen behoefte is aan een bepaald lesboek of een nieuw leermiddel, kunnen we het ook niet verkopen. Vooral voor de digitale producten publiceren we eerst een pilot voordat we een methode volledig gaan ontwikkelen. Volledig digitale producten worden Tutors genoemd. Dat zijn volledig digitale leerplatforms waar opdrachten en visuele en auditieve elementen van een les op worden gepubliceerd. Die elementen zijn veel interactiever dan een papieren lesboek.

Hoe zorg je ervoor dat studenten je lesboeken gaan kopen?

Dit is best een lastige vraag. We maken onze boeken namelijk met docenten en experts van bepaalde vakgebieden, maar onze klanten zijn de studenten. Docenten kunnen wel lesmateriaal voorschrijven, maar eigenlijk bestaat er geen verplichting voor studenten om studieboeken daadwerkelijk te kopen. Dat is een groot verschil met het basisonderwijs en middelbare scholen, waar scholen de lesmethodes inkopen. Het zorgt ervoor dat we proberen om onze lesmethodes ongeveer iedere vier jaar te vervangen en te actualiseren. Zo wordt de tweedehands markt niet te groot. Voor studenten is dat natuurlijk een nadeel, maar er zijn ook voordelen voor de student. Iedere vier jaar wordt er opnieuw naar een methode gekeken en kan de lesstof aangepast

worden aan de hand van de praktijk en veranderingen in de maatschappij en in het werkveld. Sommige vakgebieden veranderen heel snel, dus dan is het belangrijk om met een herziening de theorieën te updaten. Voor vakken die minder snel veranderen worden vooral de voorbeelden aangepast. Zo houden we de boeken niet alleen relevant voor het vak dat de student op dat moment volgt, maar ook voor hun vervolgcarrière. Bij digitale producten zorgen we ervoor dat de toegangscodes tot de tutors persoonsgebonden zijn, zodat een student zijn of haar boek niet makkelijk aan een ander kan doorverkopen, omdat het platform met extra oefeningen dan niet meer gebruikt kan worden.

Bovendien bieden we maatwerk aan voor docenten. Als zij drie van onze lesboeken gebruiken voor één cursus, waarvoor studenten maar een aantal hoofdstukken moeten kennen, kunnen wij alle relevante hoofdstukken bundelen in één lesboek. Dat is overzichtelijker voor de docent én de student. Bovendien is het veel aantrekkelijker voor studenten om één boek aan te schaffen in plaats van drie verschillende boeken. Dat maatwerk is een heel specifiek product, maar we merken dat docenten dat heel erg waarderen. Het laat ook mooi de samenwerking tussen het onderwijsveld en onze uitgeverij zien.

Dus jullie maken ook digitale lesmethoden?
Ja, al onze lesboeken zijn digitaal beschikbaar. Dat zorgt er wel voor dat je in het schrijfproces van een manuscript al heel erg op moet letten dat er niet naar een specifieke pagina of naar 'de paragraaf op de vorige pagina' wordt verwezen in een tekst. In een digitaal document klopt deze volgorde namelijk niet meer, omdat alle tekst daarin doorloopt. Ook is de index in een digitaal boek veel minder belangrijk dan in een papieren lesboek, omdat digitale tekst veel sneller doorzoekbaar is. Bovendien kun je kernbegrippen meteen toelichten door middel van pop-ups of hyperlinks. Dat is voor ons de reden dat we met paragraafnummers werken en de figuren in onze boeken allemaal genummerd zijn. Zo kunnen onze auteurs direct naar het nummer daarvan verwijzen. In het digitale boek wordt hiervan een hyperlink gemaakt.

De ontwikkeling van digitale boeken is sterk toegenomen in de afgelopen tien jaar. Toen ik bij Boom uitgevers werkte, was vrijwel ieder product digitaal beschikbaar, maar bij Pearson maken we echt meteen alles digitaal. Bovendien leveren we bij vrijwel alle lesmethoden een digitale leeromgeving, een MyLab. Een MyLab is een digitale leeromgeving waaraan het papieren lesboek gekoppeld is.

Pearson is een internationaal bedrijf. We werken onder andere in Nederland, België, Frankrijk, Duitsland en Scandinavische landen. Door onze internationale

oriëntatie en het grote marktaandeel van de Verenigde Staten volgen we de ontwikkelingen daar goed. Daar zijn we al heel ver in de digitalisering van de lesstof in het hoger onderwijs. Eigenlijk is daar het uitgeefprincipe dat digitale producten de hoofdproducten zijn en soms wordt er nog een papieren lesboek uitgebracht. Hier in Europa is het principe andersom: we gaan vaak nog sterk uit van het papieren boek en maken daar vervolgens een digitale versie van. Wij denken dat de ontwikkeling naar volledig digitale producten uiteindelijk ook in Europa zal doorzetten en spelen daar met onze Tutors op in. Maar de overstap in Europa gaat langzaam. Op dit moment komt het hybride gebruik van online en offline lesmaterialen het meeste voor. Bij het maatwerk voor docenten is soms nog weinig behoefte aan het digitale boek. Maar we zetten er wel erg op in, omdat het de oplossing is voor verschillende problemen. Digitale lesmethodes kunnen bijdragen aan de vermindering van bomenkap en bijdragen aan een beter klimaat. De pandemie en het huidige papiertekort dwingen de markt om zich meer op digitale producten te richten. De huidige generatie kinderen en tieners groeit ook op met het gemak van digitale producten. Zelfs als uitgeverijen die ontwikkeling niet zouden inzetten, zou de markt het wel van ons gaan vragen, verwacht ik.

Heeft de pandemie dat proces van digitalisering versneld?
De pandemie heeft zeker invloed gehad, het meest op docenten. Docenten werden namelijk ineens gedwongen om volledig digitaal les te geven. Daarvoor waren het vooral de studenten zelf die veel gebruik maakten van onze digitale producten, maar nu zien we dat ook de docenten de voordelen ontdekken. Digitaal is het bijvoorbeeld makkelijk om op een interactieve manier met de lesstof te oefenen door middel van extra opdrachten en instructievideo's.

Dus eigenlijk krijgt een lesboek door zo'n digitaal leerplatform een multimodaal karakter?
Zeker! Voor studenten zijn die digitale leerplatformen een goede manier om de leerstof onder de knie te krijgen. Als ze het papieren boek kopen, krijgen ze een persoonsgebonden code waarin ze ook toegang krijgen tot zo'n platform. Op dat platform staan bijvoorbeeld video's of zijn de afbeeldingen in het boek te vergroten. Eigenlijk zijn onze digitale boeken op de MyLab platformen slechts een onderdeel van de leeromgeving. Studenten komen daar om hun kennis te toetsen en met digitale tools, zoals een begrippentrainer, te oefenen voor hun tentamens. De vraag naar dit soort interactieve tutors neemt langzaam toe onder studenten. Met het papieren boek koop je niet alleen de lesstof, maar

ook de toegangscode voor de leeromgeving waar die leerstof het makkelijkst geleerd kan worden.

Daarbij komt dat er digitaal een betere verdeling tussen tekst, video en audio is. Dit is een veel inclusievere manier van lesgeven dan met alleen een papieren lesboek.

Daar had ik nog niet aan gedacht. Waarom is de combinatie van een papieren en een digitale lesmethode inclusiever?
Voor studenten met een visuele beperking is het papieren boek lang niet altijd ideaal. In een digitaal boek kun je bijvoorbeeld makkelijk de lettergrootte aanpassen of de tekst laten uitspreken. Als bedrijf vinden we die inclusiviteit van het lesmateriaal heel belangrijk.

Zijn het niet juist de kleine startups in de markt die zich op zulke gaten in de markt richten?
Het is waar dat nieuwe bedrijven vooral beginnen met online (oefen)materiaal. Maar als uitgeverij zien we daar geen bedreiging in, juist nieuwe kansen. Vaak zijn zulke bedrijven heel goed in het faciliteren van goede digitale oplossingen. Wij leveren dan de content en zij leveren de techniek en kunnen onderdelen van een digitaal leerplatform maken waar wij nog niet de faciliteiten of capaciteit voor hebben, bijvoorbeeld instructievideo's. Zo'n samenwerking geeft ons de kans om ons lesmateriaal te verbeteren.

Er is best veel concurrentie in ons vakgebied. Boom uitgevers, Coutinho en Noordhoff maken bijvoorbeeld ook allemaal lesboeken voor het hoger onderwijs in Nederland. Er zijn al heel veel lesboeken over psychologie en marketing. In die vakgebieden zie ik heel weinig ruimte voor nieuwe spelers. Als kleine startup lijkt het me bovendien lastig om in te kunnen schatten waar de markt behoefte aan heeft. Maar in heel specifieke producten zijn startups meestal juist wel goed, denk hierbij aan het aanbieden van online tutorials. Soms is er bij grote uitgeverijen nog niet zoveel kennis en techniek voor zulke specifieke producten, maar ze zijn er wel mee bezig om dit ook te ontwikkelen. In ieder geval doen wij dat bij Pearson wel.

Oefent de overheid veel invloed uit op de totstandkoming van jullie onderwijsboeken?
Nee, helemaal niet. Dat komt omdat het hoger onderwijs zelf bepaalt welk lesmateriaal het aanreikt. Waar we als uitgeverij wel alert op zijn, zijn de veranderende maatschappelijke normen en waarden. Zo proberen we kritisch te zijn op onze eigen lesmethodes en deze te toetsen op diversiteit en inclusiviteit.

We merken dat deze thema's in de maatschappij heel erg spelen en vinden het, zeker als internationaal bedrijf, belangrijk dat die idealen ook in onze lesboeken terug te vinden zijn. Onze onderwijsboeken moeten voor iedere studenten toegankelijk en herkenbaar zijn. Generaliseringen en stereotyperingen proberen we zoveel mogelijk te vermijden. Om een voorbeeld te geven: als er in boeken voor managementopleidingen alleen maar voorbeelden worden gegeven van mannelijke directeuren, dan is dat niet inclusief voor de vrouwelijke studenten op die opleiding. Bovendien willen we niet alleen maar één perspectief op een vakgebied geven. Als er in een lesboek bijvoorbeeld aandacht wordt besteed aan een medewerker met een fysieke beperking en dit alleen onder het kopje 'Met een beperking in het vakgebied X' aandacht krijgt, dan is dat alsnog niet erg inclusief. Als er daarentegen een voorbeeld gegeven wordt van een manager in een rolstoel die een dilemma heeft in het managen van haar team, dan is dat inclusiever. Zo'n voorbeeld laat zien dat iedereen een managementfunctie kan vervullen en dus met dilemma's te maken kan krijgen die bij dat vakgebied horen.

Vorig jaar heeft een stagiaire onze lesboeken beoordeeld op zulke criteria. Ook bij ons is daarin nog een slag te slaan, want het is goed om continu bewustwording te creëren. Dat is niet alleen nodig bij onszelf, maar ook bij de auteurs en freelancers met wie we samenwerken. Met onze lesboeken bereiken we immers de toekomstige generatie, dus we voelen een grote verantwoordelijkheid om hierop te letten en ons steentje bij te dragen aan de maatschappij.

We ronden het interview af, maar ik heb nog wel een laatste vraag. In onze mailwisseling had Rivka namelijk aangegeven dat april zo'n beetje de drukste maand is voor educatieve uitgeverijen. Ik vraag haar waarom dat zo is. Ze moet lachen en legt het dan aan me uit:

We zijn heel erg gebonden aan de planning van de onderwijsinstellingen. In het voorjaar maken zij de lijsten met alle literatuur en het lesmateriaal voor het komende schooljaar. Dan moeten wij dus zorgen dat alle nieuwe edities klaarliggen en gepromoot worden. Dat noemen we de frontlist. Zo krijgen docenten en scholen de kans om ons lesmateriaal te beoordelen en op de leeslijst te zetten. Tegelijkertijd komen er in deze maand maatwerkverzoeken bij ons binnen van docenten. Alle maatwerkverzoeken moeten beoordeeld worden. Voor iedere aanvraag moet er een nieuw prijsvoorstel gedaan worden. Als het maatwerk er dan komt, moet het wel voor september gereed zijn. Dat betekent dat alles heel snel in productie moet. Het scheelt dat wij alle rechten op het lesmateriaal dan al hebben, dat kost bij nieuwe lesboeken soms best veel tijd.

Aan de andere kant is het wereldwijde papiertekort nog niet opgelost en de druktijden lopen op dit moment erg op. Een jaar geleden waren de druktijden meestal twee tot vier weken, maar tegenwoordig kan dat soms al zeven weken zijn. We werken niet met *Print on Demand*, dus als we het maatwerk ook voor september af willen hebben, moeten we snel aan de slag. Daarom zijn deze weken cruciaal.



Regine Reincke – Hoofd product ParnasSys en lead business development bij Topicus

Ook het *Jaarboek* moest in deze periode naar de uitgever gestuurd worden, dus sprak ik in dezelfde week af met Regine.

Als ik Regine online ontmoet, komt haar dochtertje even op schoot zitten om naar me te zwaaien. De juf is ziek en daarom is ze vandaag thuis. Maar door de coronapandemie is Regine dat inmiddels wel gewend. In de coronapandemie was het voor docenten, ouders en leerlingen lastig om contact te houden met elkaar, en iedereen heeft dat gemist. Regine is hoofd van het belangrijke digitale product ParnasSys, dat op heel veel basisscholen in Nederland gebruikt wordt voor de schooladministratie en om de prestaties van leerlingen te volgen. Ondanks haar baan kan Regine heel goed uitleggen dat techniek nooit een vervanging kan worden van een echte les in de klas, van een echte docent en met medeleerlingen om je heen.

Hoe ben je bij Topicus terechtgekomen, waar je nu werkt?
In een vorig leven heb ik klassieke talen gestudeerd en mijn eerste baan was bij de wetenschappelijke uitgeverij Brill. Toen deed ik nog helemaal niets met het onderwijs, maar ik was wel bezig met uitgeven. Daarna heb ik nog een jaartje voor een digitaal leerplatform op een universiteit gewerkt, maar daardoor werd mijn interesse voor het onderwijs ook nog niet gewekt. Als

uitgever kwam ik uiteindelijk terecht bij Springer Nature, daar heb ik het uitgeven echt goed geleerd. Ik ging me specialiseren in portfolio-ontwikkeling en ik dacht dat ik nooit meer voor een educatieve uitgeverij zou werken. Aan de andere kant had ik wel door dat technologie en digitalisering in ons vak steeds belangrijker zou worden en daar kon ik in mijn functie bij Springer Nature niet zoveel mee doen. Toen ben ik toch met de educatieve uitgeverij Noordhoff gaan praten. Daar kreeg ik wel de kans om me bezig te houden met de ontwikkeling van digitale leermiddelen en daardoor heb ik die stap durven zetten. Ik heb acht en een half jaar bij Noordhoff gewerkt, maar anderhalf jaar geleden werd het na een reorganisatie toch eens tijd om mezelf opnieuw uit te dagen in een nieuwe baan. Nu werk ik bij Topicus. Wij maken geen boeken of lesmaterialen zoals Noordhoff dat doet, maar we bieden wel de systemen aan voor schooladministratie, het volgen van leerlingen, de online publicatie van huiswerk en de registratie van cijfers. Hoewel ik nu heel iets anders doe dan bij de uitgeverij, komen de ervaringen uit mijn eerdere banen en de onderwijswereld heel goed van pas.

Nog even over dat uitgeven: Hoe gaat het uitgeven van Nederlandse onderwijsboeken in zijn werk?

Zoals ik het zie, bestaat onderwijs in Nederland uit drie cirkels. In de kern staat het lesgeven en het leerproces. Daar zitten de makers van de boeken en leermethoden die in het onderwijs gebruikt worden. Daaromheen zit de organisatie van het onderwijs: schooladministratie, leermanagementsystemen, managementinformatie voor schoolleiders, kwaliteitszorg. In die cirkel werk ik dus. De buitenste cirkel is het beleid en de regelgeving dat door de overheid gemaakt wordt. Als educatieve uitgevers en productontwikkelaars moeten we alle cirkels volgen, omdat ze elkaar sterk beïnvloeden. Door de tijd heen verandert namelijk wat een leerling moet weten niet enorm snel, maar wel hoe dit didactisch aangeleerd en getoetst wordt. Leermethoden veranderen dus voornamelijk door nieuwe visies op didactiek en pedagogiek en door nieuwe onderwijskundige inzichten. De wiskundemethode *Getal en Ruimte*, bijvoorbeeld, wordt al ruim vijftig jaar gebruikt. Toch is de inhoud van die boeken over al die jaren heen niet zo sterk veranderd als je de eerste uitgave zou vergelijken met de huidige schoolboeken. Maar de manier waarop sommen uitgelegd worden en de manier waarop de leerling door de leerstof wordt geleid zijn wel heel erg veranderd.

In het uitgeefproces is een aantal fases te onderscheiden. De uitgever begint met een conceptfase, waarin je erachter wilt komen wat gebruikers van de huidige methoden vinden. Hiernaar doe je marktonderzoek door middel

van enquêtes en schoolbezoeken. Aan de hand van de resultaten kun je een nieuwe lesmethode of een nieuwe editie van een bestaande lesmethode ontwikkelen en ontwerpen. Dit gebeurt meestal ook met een aantal experts aan de ontwerptafel, dus met leraren die in het voortgezet of basisonderwijs werken. Maar ook uitgevers met veel ervaring in het vak denken mee, net zoals commerciële collega's. In deze fase is het heel belangrijk dat je goed weet voor welke leerlingen de methode gemaakt wordt. Een vmbo-leraar heeft heel andere wensen dan een vwo-leraar. Om een voorbeeld te geven: een tijd geleden meldden heel weinig vmbo-leerlingen zich aan voor het examenvak Frans. Het was aan ons als uitgevers om een nieuwe editie in te richten waardoor Frans voor vmbo-leerlingen een interessanter vak zou worden. Leerlingen hadden behoefte aan andere 'gereedschappen' om de taal te leren en zo aantrekkelijk te maken. Bij vwo-leerlingen en –docenten waren er weer andere wensen.

Na de conceptfase en ontwerpfase wordt de nieuwe methode getoetst. Zo kun je er als uitgever voor kiezen om een proefkatern te publiceren en onder een aantal proefscholen te verspreiden. Als dan blijkt dat de nieuwe methode werkt, gaat het team *Visual Design* met de methode aan de slag. Deze ontwerpers weten heel goed hoe de lay-out van een lesboek de inhoud kan verduidelijken of versterken. Over ieder blokje tekst en iedere illustratie is nagedacht. Als leerlingen en docenten het lesboek gaan gebruiken, moeten ze meteen snappen wat de bedoeling is en hoe ze moeten navigeren. Voor digitale leerplatformen heb je vergelijkbare ontwerp- en conceptfases, maar daarbij worden meer experts betrokken, zoals *User Experience designers* en productmanagers. Die mensen hebben samen de complexe taak om de inhoud die in het boek perfect ontworpen is, ook in een digitale omgeving tot zijn recht te laten komen.

Als educatieve uitgeverij ben je ook een commerciële organisatie. Waar komt dat in het uitgeefproces naar voren?

Als je een nieuwe editie of lesmethode op de markt wil brengen, wil je de lesstof voor zoveel mogelijk leerlingen en docenten aantrekkelijk maken. Daarom is de conceptfase zo belangrijk. Een goede methode die veel leerlingen aanspreekt, zal natuurlijk ook beter verkopen. In dat commerciële doel verschillen educatieve uitgeverijen niet met andere uitgeverijen. Maar wat ik in mijn vak wel heel sterk merk, is dat de intrinsieke drijfveren van de medewerkers even belangrijk, zo niet belangrijker zijn dan het winstoogmerk. We willen écht goede producten maken, waar leerlingen en docenten meer van kunnen leren. Er is inhoudelijke bevlogenheid voor het onderwijs, anders kom je in dit vak niet ver.

Er is veel onderzoek gedaan naar wat een les goed maakt. Daaruit blijkt keer op keer dat allerlei moderne trends niet tot betere leerresultaten leiden. Eén van de interessantste uitkomsten van onderzoek dat ik in mijn Noordhoff-tijd heb uitgevoerd, is dat een aansprekende leermethode niet het belangrijkste is voor leerlingen. Als je leerlingen vraagt wat zij een goede les vinden, zal je vaak hetzelfde antwoord krijgen: Een les is goed als de docent een mooi verhaal vertelt, als de leerlingen hebben gelachen en als de docent weet waar hij of zij het over heeft. Innovatie in een leermethode kan dat faciliteren, maar uiteindelijk zijn wij als uitgevers toch echt de dienaren van docenten, de sociale interactie tussen leerlingen en het zogenoemde pedagogische klimaat in de klas.

Na hoeveel tijd ga je als educatieve uitgeverij een nieuwe methode ontwikkelen?

Nu veranderen de meeste methodes ongeveer iedere vier tot zes jaar, maar dit is wel aan het veranderen. Eén van de beste momenten om een nieuwe methode te gaan ontwikkelen is als het examenprogramma van een vak verandert. Zo merk je meteen hoe die buitenste schil van de cirkel – het beleid – het onderwijs beïnvloedt. Als educatieve uitgeverij moet je goed opletten als een nieuw examenprogramma wordt aangekondigd, want dat biedt een mooie kans om een nieuwe editie van je bestaande methoden op de markt te brengen. Daar zou je best boekhistorisch onderzoek naar kunnen doen: ik weet bijna zeker dat alle nieuwe edities van leermethoden geïntroduceerd werden vlak na aankondigingen van examenwijzigingen. Zo zijn de natuurwetenschappen een aantal jaar geleden overgestapt naar een meer conceptuele manier van leren. De inhoud van natuurkunde- en scheikundeboeken is daarmee niet eens zoveel veranderd, maar de volgorde waarin leerlingen concepten en principes leerden, ging helemaal op de schop. Dat was een beleidsbeslissing die direct invloed had op de ontwikkeling van nieuwe lesmethoden. En schooldirecteuren zijn dan weer blij als die nieuwe methoden op de markt komen, want dan kunnen zij zeggen dat ze aan de nieuwste eisen van de examens voldoen.

Is er veel samenwerking met individuele scholen en docenten voor de ontwikkeling van nieuwe leermiddelen?

Dit verschilt per product. In het voortgezet onderwijs hebben leraren invloed in het proces van de uitgeverij, maar in het basisonderwijs werken vaak experts mee die zelf niet (meer) in de klas staan. Betrokkenheid van het onderwijs in het uitgeefproces is gecompliceerd, omdat je als uitgever altijd de balans moet zoeken tussen de klant en de gebruiker. De gebruiker is namelijk niet hetzelfde als de klant. De gebruikers zijn docenten en leerlingen, terwijl de

methode wordt aangeschaft door schooldirecteuren. Daarom moet je voor beide partijen een heel ander verhaal hebben waarom jouw nieuwe editie of lesmethode zo innovatief is.

Een grote invloed op de aanschaf van nieuwe leermiddelen hebben op dit moment de tussenhandelaren, de distributeurs. Voor het voortgezet onderwijs in Nederland zijn er twee grote partijen bij wie scholen een groot deel van het beschikbare onderwijsmateriaal aanschaffen. Bij het basisonderwijs is er feitelijk maar één grote tussenhandelaar. Door deze markt en door ketenafspraken over de toegang tot digitale leermiddelen, is de toetredingsdrempel tot de markt heel hoog. Kleine tussenhandelaren zijn er wel, maar hebben niet veel invloed. En door deze machtige tussenhandelaren is het voor nieuwe uitgeverijen en bedrijven die onderwijsmateriaal ontwikkelen lastig om hun producten te verkopen. Voor de schoolboekenmarkt werkt dit systeem wel, maar voor alle digitale leermiddelen werkt dit heel slecht. De toegang tot leermiddelen is op dit moment veel te lastig, terwijl die juist zo laag mogelijk zou moeten zijn. Pas dan hebben scholen écht een vrije keuze in welk lesmateriaal hen aanspreekt.

Een ander probleem in de communicatie en samenwerking tussen uitgeverijen en scholen is de Europese aanbestedingsnorm. De aanschaf van een nieuwe lesmethode of nieuw digitaal leerplatform kost veel geld en door de Europese aanbestedingsregels is er heel veel tijd en kennis nodig om het aankoopproces volgens de wet uit te voeren. In de afgelopen jaren zijn nieuwe bedrijven in dat gat gesprongen om scholen voor te lichten en te helpen met hun aanbestedingen. Daardoor is er bijna geen directe communicatie tussen de mensen die de leermiddelen maken en de mensen die de methoden daadwerkelijk gaan gebruiken. Gelukkig gaan steeds meer scholen op zoek naar directere manieren van inkoop en spreken ze steeds duidelijker de wens uit om hun eigen visie daarin tot uiting te brengen. Hier was een paar jaar geleden zelfs een grote rechtszaak over, waarin de rechter de scholen in het gelijk stelde om zelf hun inkopen te doen en niet meer via de distributeur in te kopen.[4] Dit speelt nu nog vooral op het voortgezet onderwijs, maar ik verwacht dat dit in de toekomst zal blijven spelen, ook in het basisonderwijs. De tussenhandelaren behouden daarmee hun rol in de markt, maar dan wel vooral aan de kant van de distributie.

4 Zie voor een kort overzicht: Hessel von Piekartz, *The Learning Network begint nieuwe rechtszaak over lesmateriaal scholen*, 10 februari 2020. Geraadpleegd op 6 april 2022, https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/the-learning-network-begint-nieuwe-rechtszaak-over-lesmateriaal-scholen~bfe1efof/.

Er zijn veel startups die proberen het onderwijs te ondersteunen met heel andere visies en leermethoden dan traditionele uitgeverijen. Vaak zijn ze vooral bezig met technologische innovatie voor het onderwijs. Krijgen zij door deze ontwikkelingen helemaal geen kans?
Mijn vorige baas zei ooit eens tegen mij: '*The biggest mistake in this industry is that many people try to solve failing educational technology by introducing more educational technology.*'[5] Dit zie ik ook bij veel startups in deze sector. Ze beginnen vaak als een kleine tegenbeweging die probeert een verschil te maken ten opzichte van traditionele educatieve uitgeverijen. Veel mensen hebben namelijk het beeld dat grote uitgeverijen veel te veel geld verdienen aan hun producten. Wat deze mensen zich niet altijd realiseren is dat een groot deel van de winst wordt geïnvesteerd in de ontwikkeling van nieuwe methoden. Snappet, een applicatie voor het oefenen van opdrachten, en Gynzy, digibord-software voor het basisonderwijs, waren oorspronkelijk ook kleine startups. Op dit moment zijn ze zo groot geworden dat ze steeds meer een klassieke leermiddelenmaker worden, omdat ze inzien dat ze met een completer aanbod hun gebruikers beter kunnen bedienen. Ons werk is helemaal niet zo makkelijk en veel startups die met grote idealen beginnen om het onderwijs te veranderen eindigen – als ze succesvol zijn – als net zulke traditionele bedrijven als de originele uitgeverijen waar ze zo tegen waren.

Aan de andere kant stimuleren startups wel degelijk de 'traditionele' bedrijven om anders naar hun eigen werkwijze te kijken. Ze motiveren educatieve uitgeverijen om te reflecteren op het eigen vakgebied. De trage traditionele uitgeverijen kunnen ontzettend veel leren van hoe snel, creatief en innovatief de startups zijn in hun aanpak. Maar hierbij merk ik vaak wel dat bij veel startups de ervaring van het onderwijs juist ontbreekt, terwijl je juist die ervaring nodig hebt om goede producten aan te bieden. Bij Blink en FutureWhiz, beiden grote platformen die interactieve en innovatieve online lesmethodes ontwikkelen, zie je bijvoorbeeld dat het wel lukt om innovatief te zijn. Maar zij hebben dan ook veel expertise van het onderwijs in huis en snappen hoe het Nederlandse onderwijs werkt, onder andere omdat er veel mensen werken die uit de traditionele uitgeverijen komen.

Ook is het onderwijs niet gebaat bij een heel andere manier van onderwijs geven, waar veel startups wel naar streven. Disruptie is juist niet waar veel docenten, leerlingen en scholen naar op zoek zijn. Ik denk dat een eerlijke betaling, statusherstel van docenten en het stimuleren van eerlijke leerkansen voor

5 Nederlandse vertaling: Het grootste probleem in deze markt is dat veel mensen proberen de tekortkomingen van technologie in het onderwijs op te lossen door méér technologie in het onderwijs te gebruiken.

leerlingen veel meer zou kunnen doen om leraren en leerlingen weer centraal te maken in het onderwijs dan allerlei nieuw en innovatief onderwijsmateriaal.

Dus de inzet van educatieve technologie is helemaal geen oplossing voor problemen die nu in het Nederlandse onderwijs spelen?
Technologie zou in de klas altijd een middel moeten zijn, niet het doel zelf. Vroeger waren weinig docenten gewend om in de klas techniek te gebruiken in hun uitleg. Door smartphones, laptops en vooral door de komst van het internet in ieder Nederlands gezin verwachten ouders, leerlingen en de overheid nu veel meer van het onderwijs op dat gebied. Ze verwachten dat er digitale leerplatforms zijn en dat die goed ontworpen zijn. Maar in het begin werd dat vooral van buitenaf opgelegd en dat werkt niet. Iedere leerling moest en zou een iPad krijgen, maar eigenlijk was het doel van die iPads in de klas onduidelijk. Nu zie je pas dat docenten zelf ook gebruik willen maken van technologie, maar wel op een manier zodat hun leerlingen er gemak van hebben en er meer door leren.

We komen er steeds meer achter dat het bijvoorbeeld helemaal niet nuttig is om alle wiskundesommen ook online te hebben staan in plaats van in een papieren boek. Veel studenten en leerlingen geven juist aan dat ze papieren schoolboeken kopen als ze een examen hebben, omdat ze dan minder afgeleid raken en makkelijker kunnen leren. Met de komst van de digitalisering in het onderwijs waren sommige docenten bang dat hun vak overbodig zou worden, maar papieren boeken en echte leraren zullen nooit verdwijnen. Op papier werken in het onderwijs komt juist weer terug! Niet alles in de klas moet volledig digitaal, soms heeft dat helemaal geen toegevoegde waarde.

Daarmee wil ik natuurlijk niet zeggen dat technologie helemaal geen plek in de klas moet hebben, integendeel. Vroeger verkochten educatieve uitgeverijen vooral boeken, maar nu verkopen ze licenties voor online en papieren lesmateriaal gecombineerd, om hun digitale marktaandeel te stimuleren. Uitgeverijen verdienen nog steeds veel van hun geld met schoolboeken, maar de balans in het denken is echt volledig omgedraaid. Toen ik zo'n negen jaar geleden voor Noordhoff kwam werken, werkte daar één persoon die gespecialiseerd was in *User Experience design* die testte of de lay-out en indeling van (digitale) leermiddelen logisch en eenvoudig te begrijpen was. Toen ik twee jaar geleden bij Noordhoff wegging, werkten hiervoor zeven personen fulltime bij de uitgeverij. *Artificial Intelligence*, *machine learning* en *big data* dringen zich ook steeds meer op aan het onderwijs, bijvoorbeeld in de vorm van leerplatformen die de slagingskansen van studenten gaan voorspellen aan de hand van ingevoerde data. Toch zou ik daar erg terughoudend in zijn. Ik

ben niet tegen vooruitgang, hoor, maar je moet wel zeker weten dat het waarde toevoegt. Bovendien: we maken ons meeste lesmateriaal voor minderjarige, leerplichtige leerlingen. Onderwijs is geen wetenschappelijk experiment waaraan leerlingen onvrijwillig meewerken, maar een pedagogisch-didactisch en sociaal proces. Digitale leermiddelen kunnen wel degelijk de handvatten voor een betere les aanreiken, maar het gebruik van technologie in de klas moet niet het doel worden.

Verrassend genoeg heeft de discussie over leraren versus technologie (‘*Teachers versus Tech*’) ook andere gevolgen gehad op het onderwijs. Zo is het gepersonaliseerd leren dat een tijdje helemaal hip was, weer achterhaald geworden. Technologie werd door beleidsmakers en sommige pedagogen gezien als het middel waardoor ieder kind heel gericht onderwijs kon krijgen, maar de praktijk is dat kinderen veel meer van elkaar leren in een groep en door sociale interactie, met de leraar en met elkaar. Bovendien hadden heel veel docenten helemaal geen tijd om de technologie die daarvoor werd gebruikt helemaal te snappen. Dit heeft nu juist een positief gevolg. Ik volg veel ontwikkelingen binnen de onderwijskunde en nu merk ik dat er binnen scholen een ontwikkeling is richting professionele leergemeenschappen van leraren. Daarin wordt onder andere onderzocht en bediscussieerd hoe de inzet van digitale leermiddelen wél kunnen bijdragen aan een betere les. Ik ben daar blij mee, want dan hebben leraren tenminste zelf invloed op het maken van verantwoorde keuzes.

Hoeveel invloed heeft de Nederlandse overheid op al deze veranderingen en ontwikkelingen in de vorming van het Nederlandse onderwijs?
De overheid heeft vooral veel invloed op het curriculum van het Nederlands onderwijs. Maar nog veel meer controleert de overheid de prestatiestatistieken van scholen. Als de Onderwijsinspectie eens in de vier jaar hun ronde doet langs alle Nederlandse scholen en daarvan verslag uitbrengt, wordt daar door iedereen in het onderwijs echt naar gekeken. Het belang van de prestaties van leerlingen en de toetsings- en meetmethoden staan maatschappelijk gezien juist steeds meer onder druk. Daarom is er ook zoveel kritiek op de CITO-toets. Maar scholen hebben die cijfers nodig om zich te verantwoorden aan de overheid. Daarbij moeten we ons realiseren, als ouders en docenten, dat prestatiestatistieken maar een deel van een leerling zijn. Nu worden het Nederlandse onderwijsbeleid en de praktijk van het onderwijs vaak op één hoop gegooid door de maatschappij, terwijl daar een scheiding tussen zit en het veel genuanceerder ligt. Er moeten nou eenmaal keuzes gemaakt worden en adviezen voor leerlingen komen. Een docent ziet vaak meer dan

alleen de cijfers van een kind, bijvoorbeeld ook het gedrag in de klas en de sociale interactie van een leerling. Daar zou de overheid ook meer waarde aan moeten geven.

Waar de overheid ook meer zou kunnen doen, is de regulering van de markt voor leermiddelen. Dat kun je niet aan de markt zelf overlaten, dat werkt niet, dan winnen de investeerders met het meeste geld ten koste van de kwaliteit van de leermethoden. Geld verdienen in ons vak is natuurlijk prima, maar als er weinig regulering is, gaat dat door hoge prijzen vaak ten koste van de leraar en de leerling. Als er veel minder geld naar tussenhandelaren zou gaan, dan blijft er meer over voor in de klas. Voor uitgeverijen zelf is dat ook een dilemma, want er moet geld verdiend worden. Maar het liefst wil je – zelfs als commercieel bedrijf – dat dat niet ten koste gaat van het onderwijs zelf. Want in de klas, dat is toch echt waar het gebeurt. Als het met de leraar en de leerlingen goed gaat, gaat het ook met ons goed.[6]

6 Mijn dank gaat uit naar Rivka Mooren en Regine Reincke. Bovendien wil ik Fleur Praal bedanken voor het nalezen en controleren van de tekst en de samenwerking met betrekking tot het vaststellen van de vragen.